

УДК 339.138

СПОНСОРСТВО КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ОАО «МОГИЛЕВСКАЯ ФАБРИКА МОРОЖЕНОГО»

Д. В. СОКОЛ

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Спонсорство – активно используемый производителями инструмент продвижения. Под ним подразумевается привлечение средств предприятия-спонсора к конкретному проекту либо акции с целью достижения определенной выгоды, а именно: усиления узнаваемости бренда и повышения лояльности к нему у потенциального потребителя. Иными словами, спонсорство – это все та же реклама, но с оттенком благотворительности. Рассмотрим, как ОАО «Могилевская фабрика мороженого» может использовать спонсорство в своей PR-деятельности.

В Могилеве осуществляется социальный проект – клуб волонтеров «Милосердие». Направления деятельности: организация практической работы волонтеров с детьми-инвалидами, пожилыми людьми; пропаганда среди учащихся принципов добра, милосердия, здорового образа жизни; организация и проведение социально-значимых мероприятий. ОАО «Могилевская фабрика мороженого» может предоставлять свою продукцию на встречи данного клуба, тем самым осуществив техническое спонсорство. Спонсорство в социальной сфере вызовет значительный общественный резонанс и будет весьма благородным занятием.

ОАО «Могилевская фабрика мороженого» может стать спонсором Международного фестиваля детского творчества «Золотая пчелка», который проводится летом каждый год, а местом проведения является город Климовичи. Фестиваль детского творчества «Золотая пчёлка» – это несомненно праздник, который приобрел большую популярность в странах СНГ и Европе. Из года в год растет престиж и расширяется география фестиваля. Предприятие предоставит свою продукцию, рекламировать которую будет человек в брендированном костюме льва. Тем самым будет повышаться узнаваемость бренда «Лёва» и увеличится взаимодействие с клиентами.

Таким образом, можно сделать вывод, что публичная поддержка мероприятий дает ОАО «Могилевская фабрика мороженого» следующие преимущества:

- повышение авторитета и общей осведомленности аудитории;
- увеличение узнаваемости бренда, логотип которого отныне будет ассоциироваться с акцией или мероприятием, спонсированным брендом «Лёва»;
- увеличение лояльности потребителей;
- возможность выделиться среди конкурентов и привлечь к себе внимание;
- спонсорство поможет ОАО «Могилевская фабрика мороженого» сформировать имидж «успешного бренда».

Принимать участие в чужих проектах – значит доказывать всем свою экономическую силу, а также позиционировать себя как социально значимого участника культурного мероприятия.